

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini di jelaskan pada tabel 2.1, sebagai berikut :

Tabel. 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	<i>Measuring service quality of conventional and Islamic banks: a comparative analysis</i> Manshor Amat Taap and Siong Choy Chong, Mukesh Kumar, Tat Kee Fong. (2011).	X = Service quality	Hasilnya menunjukan bahwa ada perbedaan signifikan antara harapan nasabah dan persepsi bank. Kompetensi dan kenyamanan berbeda secara signifikan antara bank konvensional dan bank syariah, sedangkan persepsi pada <i>tangibility</i> dan kenyamanan ditemukan berbeda secara signifikan antara bank konvensional dan bank syariah.
2	<i>Service Quality Dimensions and Customers' Satisfactions of Banks in Egypt.</i> Niveen El Saghier, Demyana Nathan (2013).	X = kualitas layanan Y = Kepuasan pelanggan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan semakin meningkat persaingan dalam perbankan, kualitas layanan adalah hal yang paling penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Keterbatasan utama penelitian ini berada pada ruang lingkup dan ukuran sampelnya.
3	<i>An Assessment of the Perceived Service Quality: Comparison of Islamic and Conventional Banks at Pakistan.</i> Faizan Ali dan Yuan Zhou (2013).	X1 = <i>Tangible</i> X2 = Keandalan, X3 = Respon, X4 = Empati, X5 = Jaminan, X6 = Teknologi	Hasil menunjukkan bahwa persepsi nasabah relatif tinggi pada dimensi jaminan bank syariah dan dimensi fisik bank konvensional. Namun persepsi yang terendah dalam teknologi dan responsivitas bank syariah. Dan persepsi keseluruhan tentang kualitas layanan tertinggi ada dalam bank syariah. Bank-bank syariah dapat meningkatkan kualitas layanan mereka dengan meningkatkan fasilitas internet dan layanan online. Kemudian untuk bank konvensional dapat meningkatkan layanan mereka secara komprehensif pelatihan karyawan.
4	<i>Customer Satisfaction Level of Islamic Bank and Conventional Bank in Pakistan.</i> Muslim Khan dan Suhail Ahmad (2013)	X = Kepuasan konsumen	Berdasarkan dari hasil penelitian disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan nasabah di bank konvensional dan bank syariah.

No	Judul, Nama dan Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
5	Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Dan PT. Bank Syariah Mandiri Di Rangkasbitung. Euis Azizah (2014)	X = Kualitas Layanan Y = Kepuasan Nasabah	Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan varian antara kelompok responden Bank BRI dan Bank Syariah Mandiri dan tidak ada perbedaan rata-rata penilaian mengenai kualitas layanan di Bank BRI dan Bank Syariah Mandiri.
6	A Comparative Study of Customer Satisfaction of Islamic Banks and Conventional Banks in Oman. Sameena Begum (2014)	X = Kualitas Layanan	Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah di bank konvensional dan bank syariah. Akan tetapi dari nilai rata-rata yang diperoleh dapat dilihat bahwa tingkat kualitas layanan dan kepuasan nasabah di bank konvensional lebih tinggi dari bank syariah.
7	Analisis Komparatif Dan Eksploratif Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dan Bank Konvensional Di Kota Pekalongan Nalim (2015)	X = Komparatif, Eksploratif Y = Kualitas Pelayanan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan bank syariah dan konvensional, dimana indeks kualitas pelayanan bank syariah sebesar 3,53 dan bank konvensional 3,50.
8	Perbandingan Kualitas Layanan Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Pendekatan Model PBZ). H. Abdul Choliq, Irwan Misbach (2016).	X = Kualitas layanan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara kualitas layanan bank syariah dengan bank konvensional.
9	Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah Dengan Konvensional. Roni Andespa (2016)	X = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara kualitas layanan bank konvensional dengan bank syariah, tetapi perbedaannya tidak signifikan. Penelitian juga menemukan ada perbedaan antara kepuasan nasabah bank konvensional dengan bank syariah, tetapi untuk perbedaannya tidak signifikan. Selain itu penelitian juga menemukan perbedaan antara bank konvensional kesetiaan pelanggan kepada bank syariah, tetapi perbedaannya tidak signifikan.
10	Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dan Bank Konvensional Di Kota Batam Hikmah (2018)	X = Kualitas Pelayanan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi <i>Assurance</i> yang memiliki perbedaan signifikan antara bank syariah dan konvensional, sedangkan dimensi lainnya tidak berbeda signifikan. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa bank syariah dinilai lebih tinggi dalam hal kualitasnya pada titik 3,57 sedangkan bank konvensional berada pada titik 3,52.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Kualitas Layanan**

#### **a. Pengertian Kualitas Layanan**

Layanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Kualitas pelayanan menjadi kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan nasabah. Persaingan bisnis yang semakin banyak saat ini menuntut perusahaan agar memberikan pelayanan yang berkualitas, jika tidak ingin kalah dalam bersaing dan kehilangan pelanggannya.

Menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:270), kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dan Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013: 216) juga mengatakan bahwa kualitas layanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Kualitas layanan menurut Tjiptono (2014), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan

yang mereka terima, Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.

Dengan kata lain terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu, layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dipersepsikan (*perceived service*). (Parasuraman, et al dalam Fandy).

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

#### **b. Dimensi Kualitas Layanan**

Model kualitas pelayanan yang paling populer adalah SERVQUAL, yang dirancang oleh A. Parasuraman, V.A Zeithaml, and L.L Berry, (1985). dalam Tjiptono (2011). Instrumen model SERVQUAL yang terdiri dari lima dimensi yaitu sebagai berikut:

- 1) *Reliability* (kehandalan), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati dan dapat dipercaya.

- 2) *Responsiveness* (daya tanggap), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan pelanggan, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan secara cepat dan tanggap, misalnya kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.
- 3) *Assurance* (jaminan), yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan, meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam member pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan rasa keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
- 4) *Emphaty* (empati) yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan dan

perusahaan dalam memberikan perhatian tulus dan bersifat individual atau memahami masalah pelanggan dan bertindak demi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

- 5) *Tangible* (bukti fisik) yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal yang meliputi penampilan fasilitas fisik (gedung, ruang front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan komunikasi (teknologi) serta penampilan karyawannya.

Pelanggan menggunakan lima dimensi ini untuk membentuk penilaian mereka terhadap kualitas layanan, yang didasarkan pada perbandingan antara yang diharapkan dan yang dipersepsikan.

(Sumber : James . Fitzsimmons, 2014). Hal 144-145.

## **2. Kepuasan Konsumen**

### **a. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan berasal dari bahasa Latin “*Satis*” yang berarti cukup baik, memadai dan “*Facio*” yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. (Tjiptono, 2014:353).

Mempertahankan konsumen berarti mengharapkan konsumen melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul sewaktu-waktu. Menurut Kotler (2014) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa

seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang diharapkan sebelum menggunakan produk atau jasa dengan kinerja (hasil) yang didapatkan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen tidak akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi konsumen akan sangat puas.

Tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya, kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya (Rianto, 2010, hlm : 192).

Dengan demikian tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, namun bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan sangat puas.

Kepuasan mutlak diperlukan bagi kesuksesan bisnis perbankan. Tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan oleh perbankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Kuantitas artinya jumlah nasabah yang dimilikinya bertambah secara signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan kualitas merupakan nasabah yang produktif yang mampu meningkatkan laba perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya yaitu memberikan kepuasan kepada nasabahnya. (Kasmir, 2010).

Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas kualitas pelayanan yang diberikan bank, maka ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu : dapat mempertahankan nasabah yang sudah dimiliki atau dengan kata lain nasabah loyal kepada perusahaan tersebut. Selain itu juga kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru, dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Jika cara ini terus dipertahankan, maka tujuan bank akan dapat tercapai dengan tidak terlalu sulit. (Kasmir, 2010).

#### **b. Indikator Kepuasan Konsumen**

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2005:101) indikator kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

- 1) Kesesuaian Harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan
- 4) Tidak ada keluhan atau keluhan teratasi ( Ellita, 1999).

### **3. Perbankan**

#### **a. Pengertian Bank**

Kata bank berasal dari bahasa Italia *banca* berarti tempat penukaran uang. Sedangkan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau



bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Bank>). Jadi, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi 3 kegiatan utama yaitu :

- 1) Menghimpun dana.
- 2) Menyalurkan dana, dan
- 3) Memberikan jasa bank lainnya.

Kegiatan menghimpun dana menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya adalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan diatas.

#### **b. Jenis Bank**

Menurut Kasmir (2012) Jika dilihat dari segi harga atau caranya dalam menentukan harga baik harga jual maupun harga beli bank terbagi kedalam dua kelompok, yaitu :

##### **1) Bank Konvensional**

Mayoritas bank yang berkembang di Indonesia saat ini adalah bank yang berorientasi pada prinsip konvensional. Hal ini tidak terlepas dari sejarah bangsa Indonesia dimana asal mula bank di Indonesia dibawa oleh kolonial belanda. Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga kepada para nasabahnya, bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan metode, yaitu :

a) Menetapkan bunga sebagai harga baik untuk produk simpanan seperti giro, tabungan maupun deposito demikian pula harga untuk produk pinjaman (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu. Penentuan harga ini dikenal dengan istilah *spread based*.

b) Untuk jasa-jasa bank lainnya pihak perbankan konvensional (barat) menggunakan atau menerapkan berbagai biaya-biaya nominal atau persentase tertentu, sistem penggunaan ini dikenal dengan istilah *Fee Based*.

## 2) **Bank Syariah**

Pengembangan bank syariah merupakan suatu alternatif sistem pelayanan jasa bank dengan berbagai kelebihan yang dimilikinya. Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah dalam menentukan harga produknya sangat berbeda dengan bank berdasarkan prinsip konvensional. Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah sebagai berikut :

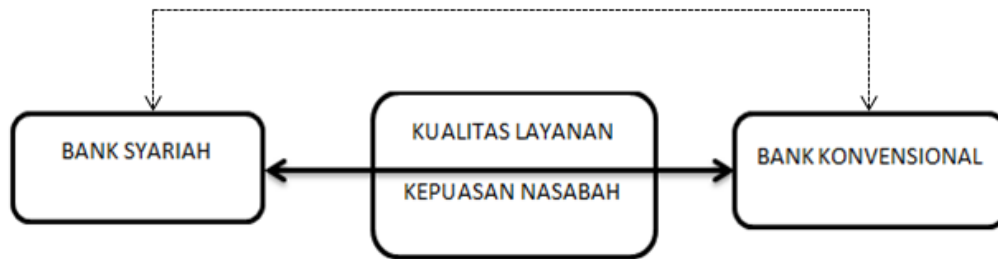
- a) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudarabah*),
- b) Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*),
- c) Prinsip jual-beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*),

- d) Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau
- e) Dengan adanya pilihan pemidahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Selanjutnya penentuan biaya-biaya jasa bank bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah juga sesuai dengan syariah islam. Sumber penentuan harga sesuai dengan prinsip syariah dasar hukumnya adalah Al-Qur'an dan Sunnah Rasul. Bank berdasarkan prinsip syariah mengharamkan penggunaan harga produknya dengan bunga tertentu. Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah bunga adalah riba.

### **C. Kerangka Pikir**

Kerangka pikir dalam penelitian ini bertujuan untuk membandingkan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah pada BNI Konvensional dan BNI Syariah. Jika hasil uji menunjukkan ada perbedaan yang signifikan, maka dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah pada BNI Konvensional dan BNI Syariah. Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka pemikiran penelitiannya adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1  
Kerangka pikir

#### D. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan kerangka konsep penelitian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Berdasarkan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Faizan (2013). Hasil menunjukkan bahwa ada perbedaan pada kualitas layanan pada bank syariah dan bank konvensional.

Roni Andespa (2016) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara kepuasan nasabah bank konvensional dengan bank syariah, tetapi untuk perbedaannya tidak signifikan.

H1: Terdapat perbedaan kualitas layanan yang signifikan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah.

H2: Terdapat perbedaan kepuasan nasabah yang signifikan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah.